MEIN
**PLUS**
HEISST
**HOGAST.**

HOGAST
Mein Plus

# HAND IN HAND ZUM ERFOLG.

GESCHÄFTS- UND
NACHHALTIGKEITSBERICHT 2017|2018

# ALLES IN GRIFFWEITE.


04 **EINE HANDVOLL ERFOLG.**
EDITORIAL GESCHÄFTSFÜHRUNG

06 **DAS GEGENTEIL VON EIGENHÄNDIG.**
EDITORIAL AUFSICHTSRAT

08 **WIR LIEBEN HANDSCHLAGQUALITÄT.**
ÜBER UNS

10 **STATT HANDLESEN.**
TOURISTISCHER LAGEBERICHT

12 **RICHTIG SCHÖNE FINGERABDRÜCKE.**
AKTIVITÄTEN 2017/2018

14/15 **FÜR LINKS- UND RECHTSHÄNDER.**
BILANZ

16 **EIN HÄNDCHEN FÜR NACHHALTIGKEIT.**
NACHHALTIGKEITSBERICHTERSTATTUNG

18 **SO LÄUFT'S HAND IN HAND.**
GOOD CORPORATE GOVERNANCE

20 **BITTE ABKLATSCHEN.**
NACHHALTIGKEITSPROZESS

21 **EINFACH SAUBERE HÄNDE.**
ÖKOSOZIALE KRITERIEN

22 **DIE PERFEKTE HANDHABE.**
DIE HOGAST IM DIALOG

23 **WIRKLICH GUTE HANDZEICHEN.**
UNSERE MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER

24 **VIEL FINGERSPITZENGEFÜHL GEFRAGT.**
AUSBLICK

26/27 **MIT BESTEM GEWISSEN: DAUMEN HOCH!**
DIE ORGANE

28 **APPLAUS, APPLAUS.**
TOP-30-MITGLIEDER UND -LIEFERPARTNER

29 **EIN DANKESCHÖN MIT HANDKUSS.**
SPONSOREN

30/31 **GRI-INDEX**

32 **IMPRESSUM**

# 2017/2018

**6 %**
STROMPRODUKTION
DURCH PHOTOVOLTAIK IN
DER HOGAST-ZENTRALE

**1,22 MRD.**
**+ 8,2 %**
UMSATZ HOGAST-
UNTERNEHMENSGRUPPE

**392.347**
DURCHSCHNITTSUMSATZ/
MITGLIED

**4**
TOCHTERFIRMEN:
HOGAST DEUTSCHLAND
HOTEL GASTRO POOL
HANDOVER
FALSTAFF KARRIERE

**866,7 MIO.**
**+ 4,9 %**
UMSATZ HOGAST EINKAUFS-
GENOSSENSCHAFT

**31,6 MIO.**
**+ 8,6 %**
REGIONALER BONUS

**9,84 MIO.**
**+ 20,0 %**
RÜCKVERGÜTUNG

**2.960**
**+ 169**
MITGLIEDSBETRIEBE

# EINE HANDVOLL ERFOLG.

**MAG. BARBARA SCHENK**
Vorständin

© Prost / Peter Christian Mayr

# **EINE HANDVOLL** ERFOLG.

Das Wirtschaftsjahr 2017/2018 wird in die Annalen der HOGAST eingehen! Erstmalig kam es zu einer Sonderausschüttung an unsere Mitglieder aus dem Eigenkapital in der Höhe von 20 Millionen Euro – ein bislang einzigartiger Vorgang in der 42-jährigen Geschichte unserer Organisation. Wir konnten diesen Betrag ausschütten, weil Sie unsere Dienstleistungen umfassend in Anspruch nehmen und wir in der Zentrale sehr sorgfältig mit Ihren Geldern umgehen. Letzteres gilt für laufende Kosten und Investitionen in der Zentrale im gleichen Maß wie für eine vorausschauende und sichere Veranlagung. Selbst nach dieser Zahlung verfügen wir über ausreichende Reserven für neue Projekte und mögliche Risiken. Einer weiteren aktiven Entwicklung unserer Dienstleistungen steht nichts im Wege. An dieser Stelle ein herzliches Danke im Namen des gesamten HOGAST-Teams. Ohne Ihr Vertrauen und Ihre Loyalität wäre das nicht möglich.

Das vergangene Wirtschaftsjahr gibt aber noch mehr Grund zur Freude. Ihre HOGAST konnte mit 932,2 Millionen Euro Umsatz (inklusive Inkasso-Umsätze) das Ergebnis des Vorjahres um 7,3 % übertreffen. So konnten über 31 Mio. Euro an regionalen Boni ausgeschüttet werden, 8,6 % mehr als im Vorjahr. Die HOGAST-Rückvergütung an Sie lag bei knapp 10 Mio. €, was sogar eine Steigerung von 20 % im Vergleich zum Vorjahr bedeutet. Auch diese Zahlungen sollten sich auf den Konten jedes Einzelnen positiv bemerkbar machen.

Trotzdem steht bei allem Zahlenwerk stets die Dienstleistungsqualität im Mittelpunkt. Als Genossenschaft sind wir allein der Förderung Ihrer Interessen verpflichtet, und da wir finanziell gut aufgestellt sind, können wir zusätzliche kostenlose Dienstleistungen an Sie erbringen. So können wir Ihnen seit geraumer Zeit EasyGoing-Schulungen durch eine eigene Schulungsbeauftragte anbieten. Um die Vorteile unserer lieferpartnerübergreifenden Bestellplattform in aller Tiefe nutzen zu können, braucht es oft eine intensive Einschulung. Bei all den Bestell-, Informations- und Analysemöglichkeiten, die das System bietet, ist es wichtig, den Blick auf das individuell Relevante und Wesentliche für die einzelnen Nutzer zu schärfen.

Durch die DSGVO wird dem Datenschutz Rechnung getragen, worüber wir uns als Konsumenten freuen. Gleichzeitig bedeutet das aber für uns als Unternehmer zusätzlichen administrativen Aufwand. Deshalb stellen wir Ihnen ab dem Wirtschaftsjahr 2018/2019 einen zentralen Datenschutzkoordinator gratis zur Seite. Er analysiert Ihre Situation gemeinsam mit Ihnen und definiert die notwendigen nächsten Schritte. So haben Sie die besten Voraussetzungen, bei behördlichen Prüfungen gut zu bestehen.

Last, but not least sind wir als Versicherungsagentur für Sie unterwegs und können so, genau auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten, ein Versicherungspaket anbieten, das wir als Genossenschaft mit reduzierten Courtagen berechnen können.

Neben Projekten wie Regionalität oder Monitoring für prüfpflichtige Anlagen bieten wir Ihnen natürlich in bewährter Form laufende Unterstützung in Ihrem gesamten Beschaffungsprozess. Denn nur gemeinsam sind wir stark!

Das gesamte HOGAST-Team freut sich auf ein erfolgreiches Miteinander – auch 2018/2019!

Mag. Barbara Schenk

# DAS GEGENTEIL
## VON EIGENHÄNDIG.

**WALTER VEIT**
Aufsichtsratsvorsitzender

© Prost / Peter Christian Mayr

# **DAS GEGENTEIL** VON EIGENHÄNDIG.

**DAS WIRTSCHAFTSJAHR 2017/2018 WAR WIEDER SEHR ERFOLGREICH. WAS IST IHRER MEINUNG NACH DAS GEHEIMNIS DES LANGJÄHRIGEN HOGAST-ERFOLGS?**
Gemeinsam sind wir stark – was einer nicht schafft, das schaffen viele, das war schon das Motto von Friedrich Raiffeisen und das ist noch heute der Grundstein für unseren Erfolg. Mit unserer Größe können wir Preise und Konditionen verhandeln, die einer allein nicht erzielen könnte. Die HOGAST hat die Mittel, Projekte und Maßnahmen umzusetzen und IT-Systeme zu implementieren, die sich der Einzelne nicht leisten könnte, die ihm aber helfen, kostbare Zeit zu sparen. Und die Erfahrung, die in der Zentrale durch die tägliche Arbeit mit den Hoteliers und Gastronomen vorhanden ist, bzw. das Wissen über Lieferpartner, Markttrends und Innovationen bedeutet für die Mitglieder einen unglaublichen Wettbewerbsvorteil. So kann ich mich mit gutem Gewissen meinen Gästen widmen – und das erwarten sie auch von mir.

**IM VERGANGENEN WIRTSCHAFTSJAHR GAB ES EINE AUSSERORDENTLICHE AUSSCHÜTTUNG VON 20 MILLIONEN EURO AN DIE MITGLIEDER. KANN SICH DIE HOGAST EINE AUSSCHÜTTUNG IN DIESER GRÖSSENORDNUNG ÜBERHAUPT LEISTEN?**
Die Ausschüttung war ein deutliches Zeichen, wie gut die HOGAST funktioniert. Wir haben dank der Vorteile, die die HOGAST im Einkauf und bei allen Prozessen rundherum bietet, gesunde Mitgliedsbetriebe. Und unsere Zentrale arbeitet sehr effizient. Sie kann sogar bei sinkenden Verwaltungskosten das Leistungsangebot an die Mitglieder stetig ausbauen. Unsere Gemeinschaft ist so attraktiv wie nie. Wir haben das erste Mal in der Geschichte eine außerordentliche Ausschüttung an unsere Mitglieder gemacht. Das Kapital wurde über die vergangenen 42 Jahre aufgebaut und durch vorausschauende Veranlagung vermehrt. Es ist einfach nicht unsere Aufgabe, mehr Reserven zu bilden als notwendig. Auch nach der Ausschüttung haben wir noch genügend Mittel, um wichtige Projekte und Investitionen zu tätigen und Risiken abzufedern.

**GIBT ES ÜBERHAUPT NOCH ENTWICKLUNGSPOTENZIAL FÜR DIE HOGAST?**
Sicherlich! Wir wachsen mit den Herausforderungen und deren gibt es genug am Markt, vor allem wenn wir in die Zukunft schauen. Viele Gäste sind zunehmend kritisch, was die Herkunft von Produkten betrifft. Es ist daher für viele Betriebe wichtig, verstärkt regionale Produkte anzubieten. Die Rolle der HOGAST liegt hier in der Integration dieser Produkte in den bestehenden Beschaffungsprozess und in der Folge in der Vernetzung von regionalen Produzenten mit unseren Mitgliedern, um die Erwartungen der Gäste zu erfüllen. Ein wichtiges Thema, das uns die nächsten Jahre begleiten wird, ist die Digitalisierung. Hier ist die Herausforderung, die relevanten Produkte und Trends für die Mitglieder rechtzeitig herauszufiltern und für sie anwendbar zu machen. Das können Produkte und Dienstleistungen ebenso sein wie neue Softwareanwendungen. Außerdem wird uns der Mitarbeitermangel auch noch die nächsten Jahre beschäftigen. Neben der permanenten Optimierung unserer Jobplattform werden wir die Betriebe verstärkt beim Aufbau einer Arbeitgebermarke unterstützen und Imagemaßnahmen für den Nachwuchs setzen.

Ing. Walter Veit

# WIR LIEBEN
## HANDSCHLAGQUALITÄT.

2.960

**+ 169**

MITGLIEDSBETRIEBE

1,22 MRD.

**+ 8,2 %**

UMSATZ HOGAST-UNTERNEHMENSGRUPPE

1975

WURDE DIE HOGAST ALS ERFA-GRUPPE GEGRÜNDET

# **WIR LIEBEN** HANDSCHLAGQUALITÄT.

**WER WIR SIND.**
Die HOGAST ist eine auf die Hotellerie und Gastronomie spezialisierte Einkaufsgenossenschaft. Der Unternehmenszweck ist es, durch Bedarfsbündelung für alle Mitgliedsbetriebe Vorteile im Einkauf zu schaffen und Unterstützung bei der Prozessoptimierung zu bieten. Die HOGAST ist ein modernes, schlagkräftiges Dienstleistungsunternehmen, das im Geschäftsjahr 2017/2018 inklusvie Inkasso-Umsätze einen Umsatz von 932,19 Mio. Euro (Gruppenumsatz: 1,22 Mrd. Euro) erzielt hat. Neben den Preisvorteilen ist die Qualität durch Beratung und Service zum wichtigsten Leistungsfaktor geworden. Derzeit profitieren bereits rund 3.000 Mitgliedsbetriebe (HOGAST-Gruppe gesamt: 6.300) von den HOGAST-Leistungen und genießen Preisvorteile, exklusive Serviceleistungen und eine erhebliche Zeitersparnis im täglichen Geschäftsablauf. Zur Firmengruppe der HOGAST gehören die Tochterfirmen HOTEL GASTRO POOL GmbH, Anif (100 %), HANDOVER Beschaffungsdienstleistungs GmbH, Anif (51 %), HOGAST Einkaufsgesellschaft für das Hotel- und Gastgewerbe mbH, München (100 %) sowie die Falstaff-Jobs GmbH, Wien (50 %).

**WAS WIR TUN.**
Der Anspruch der HOGAST ist, die Mitglieder in allen Beschaffungsfragen zu unterstützen. Das betrifft Food & Beverage, Verbrauchs- und Investitionsgüter genauso wie Personalbeschaffung, Versicherungen, Qualitätsmanagement und Verwaltungsarbeiten. Wir schließen mit unseren Vertragslieferanten Vereinbarungen über die Gestaltung der Lieferverträge mit den Genossenschaftsmitgliedern ab und übernehmen das Delkredere und die Zentralregulierung. Unsere Mitglieder kommen so in den Genuss optimaler Konditionen, individueller Beratung und effizienter Prozesse.

**DER GRÜNDUNGSGEDANKE.**
Eine kleine oberösterreichische Erfa-Gruppe mit sieben Betrieben legte 1975 den Grundstein für die heute – gemessen an der Zahl der Mitglieder sowie am Umsatz – größte österreichische Einkaufsgenossenschaft für Hotellerie und Gastronomie. Der Grundgedanke war die Schaffung von Preisvorteilen durch eine überbetriebliche Mengenbündelung sowie die Entlastung der einzelnen Betriebe von Routineaufgaben.

**UNSERE MISSION.**
Durch ihr zukunftsweisendes Beschaffungsmanagement optimiert die HOGAST die Personal-, Sach- und Prozesskosten der Mitglieder. Durch diese Entlastung ermöglichen wir unseren Mitgliedern die volle Konzentration auf ihre Kernkompetenzen und leisten einen entscheidenden Beitrag zu ihrem nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg. Mitgliedsbetriebe haben durch ihre Mitgliedschaft einen signifikanten Vorteil gegenüber anderen Marktteilnehmern. Die HOGAST ist für die Mitglieder ein fairer und zuverlässiger Partner und eine Inspirationsquelle.

**UNSERE VISION.**
Die HOGAST-Gruppe ist als führende Einkaufs- und Dienstleistungsorganisation im deutschsprachigen Raum ein Gesamtdienstleister für Beherbergungs-, Bewirtungs- und Betreuungsbetriebe sowie andere touristische Einrichtungen. Die positive Entwicklung des Unternehmens wird durch differenziertes qualitatives Wachstum sichergestellt. Im Vordergrund steht stets der praktische Nutzen für die Betriebe, das Dienstleistungsspektrum wird daher stetig an die Bedürfnisse der Mitglieder angepasst und erweitert.

# **STATT**
# HANDLESEN.

# **STATT** HANDLESEN.

**Nach dem Rekordjahr 2016 verbuchte der österreichische Tourismus im Vorjahr weitere Zuwächse. Die Gesamtzahl der Nächtigungen stieg auf 144,4 Millionen an (+ 2,5 %), die Ankünfte stiegen auf 43,1 Millionen, ein Plus von 3,8 %. Die statistische Aufenthaltsdauer blieb mit durchschnittlich 3,4 Nächten unverändert.**

Den Hauptanteil am statistischen Anstieg hatten abermals die ausländischen Gäste mit 29,45 Mio. Ankünften (+4,7 %) und 105,94 Mio. Nächtigungen (+3,0 %). Doch auch bei inländischen Touristen wurde mit 13,62 Mio. Ankünften (+2,0 %) und 38,51 Mio. Nächtigungen (+1,3 %) ein Zuwachs erzielt. Auffällig ist, dass 52,7 % der Nächtigungen und 45,1 % der Ankünfte auf die Bundesländer Tirol und Salzburg entfielen. Bei ausländischen Gästen war diese Konzentration mit 62,0 bzw. 53,9 % noch deutlicher zu beobachten, wenngleich alle Bundesländer außer Vorarlberg (–0,2 %) ein Nächtigungsplus verzeichnen konnten.

Übernachtet wurde vorzugsweise in Hotels und hier vor allem im 4- und 5*-Bereich. Die höchsten Zuwächse wurden allerdings im 3*-Segment verzeichnet. Bei den alternativen Übernachtungsmöglichkeiten wurde vor allem ein „Camping-Boom“ deutlich (+8 %).

Was die Herkunft der Gäste angeht, urlaubten auch 2017 mehr Deutsche als Österreicher im Land. Die ohnehin schon sehr hohe Zahl an deutschen Gästen erhöhte sich nochmals um 3,5 % auf 13,4 Millionen, jene der Niederländer, welche die zweitstärkste Urlaubergruppe aus dem Ausland bilden, um 3,8 % auf 1,9 Millionen. Auffällig ist der rasante Anstieg an Nächtigungen durch russische Touristen um 18 %, allerdings bilden sie gesamt betrachtet nach wie vor eine kleine Gruppe.

**WIRTSCHAFTSWACHSTUM.**
Ein Hauptgrund für den anhaltenden Tourismusboom ist neben dem Ruf Österreichs als sehr sicheres Urlaubsland auch die gesamtwirtschaftliche Lage. Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) wuchs im Vorjahr in Österreich real um 3,0 % an. Im gesamten EU-Raum betrug das Wachstum immer noch 2,5 %. Erfreulich ist, dass für 2018 ein weiteres erhebliches Wachstum von 3,2 % für Österreich und 2,3 % in der EU prognostiziert wird.

Hierzulande bleibt die Tourismus- und Freizeitwirtschaft ein Ökonomie- und auch ein Beschäftigungsmotor. Die direkte und indirekte Wertschöpfung betrug im Vorjahr 58,8 Milliarden Euro, das sind 15,9 % des BIP. Davon profitieren auch andere Branchen, nämlich alle Vorleistungserbringer (z. B. Tischler) und Zulieferer (z. B. Landwirtschaft). Nur 11 % dieser Leistungen werden importiert, der Tourismus sichert damit Einkommen und Arbeitsplätze in den Regionen.

**DER TOURISTISCHE ARBEITSMARKT.**
Was den touristischen Arbeitsmarkt selbst betrifft, waren im Jahr 2017 im Jahresschnitt 210.261 Menschen im Tourismus beschäftigt –1,02 % mehr als im Jahr davor. Zudem wurden im Beherbergungs- und Gaststättenwesen 8.905 Lehrlinge ausgebildet. 48,97 % der Beschäftigten (102.970) kamen aus dem Ausland.

Quelle: Wirtschaftskammer Österreich (Hg.):
Tourismus und Freizeitwirtschaft im Überblick, Ausgabe 2017

# RICHTIG SCHÖNE
FINGERABDRÜCKE.

# **RICHTIG SCHÖNE** FINGERABDRÜCKE.

### SONDERPREISE IM FOKUS.

Unsere Food & Beverage-Abteilung hat im vergangenen Wirtschaftsjahr wichtige Schritte zur Verwirklichung des Warenkorbs 2020 gesetzt, allen voran die Implementierung des Sonderpreis-Infotools SPIT, das es den Mitgliedern ermöglicht, den Überblick über individuell vereinbarte Sonderpreise zu behalten und diese elektronisch kontrollieren zu lassen. Ebenfalls weiter verbessert wurde das Qualitätsmanagement: Kontrollen finden nun nicht mehr nur in den Lieferbetrieben statt, sondern auch bei den Mitgliedern im Zuge der Warenanlieferung. Sämtliche Kontrollen werden von externen Fachfirmen durchgeführt und ausgewertet.

### REGIONALITÄT – PHASE 1.

Indes wird bereits intensiv an der Erfüllung eines weiteren Mitgliederwunsches gearbeitet: die Einbeziehung regionaler Lieferpartner im Lebensmittelbereich. In einem ersten Schritt wurden Vereinbarungen mit Bundesländer-Organisationen geschlossen und Produkte, die deren Regionalitätskriterien entsprechen und das entsprechende Gütesiegel tragen, im Bestellsystem EasyGoing gekennzeichnet.

### SCHÄRFUNG DER FACHKOMPETENZ.

In den Bereichen Investitionsgüter und Verbrauchsgüter wurde die Fachkompetenz in verschiedenen Produktgruppen geschärft, um die Mitglieder noch besser beraten zu können. Die VG-Abteilung hat sich intensiv mit Mietwäsche, Dosiertechnik und Reinigungsmitteln auseinandergesetzt. Die IG-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter beschäftigten sich insbesondere mit Facility Management, Fenster- und Sicherheitstechnik. Zudem wurden erneut erfolgreiche Kontingenteinkäufe durchgeführt, die den teilnehmenden Betrieben erhebliche Preisvorteile, zum Beispiel bei Handbrausen und Brauseschläuchen, Tabletten- und Streusalz, LED-Lampen oder Zimmersafes, gebracht haben.

### TOP-THEMA DATENSCHUTZ.

Das Inkrafttreten der neuen Datenschutz-Grundverordnung im Mai 2018 hat in den Tourismusbetrieben und damit auch bei der HOGAST einiges an Vorbereitungsarbeit mit sich gebracht. Um den Mitgliedern die Umsetzung der Richtlinie zu erleichtern, wurde ein Informationsbereich im EasyGoing eingerichtet, der alle wichtigen DSGVO-Bausteine beinhaltet. Die HOGAST hat einen Partner gefunden, der in den Betrieben IT-Quickchecks durchführen und Sicherheitsrisiken ausfindig machen kann. Außerdem rückt die HOGAST-Cyberversicherung in den Fokus, die einen umfassenden Schutz im Falle eines Datendiebstahls bietet.

### SCHWERPUNKT EMPLOYER BRANDING.

Im Personaldienstleistungsbereich stand das „Employer Branding“ im Zentrum. In den HOGAST-Kommunikationskanälen wurde viel Aufklärungsarbeit geleistet. Neue Lieferpartner sollen den Mitgliedern helfen, ihre Arbeitgebermarke zu entwickeln und öffentlich darzustellen, und auch der HOGAST-Powertag drehte sich um dieses wichtige Human-Resource-Element.

### NEUES VERANSTALTUNGSFORMAT.

Die Unternehmensnachfolge ist für Hotel- und Gastronomiebetriebe ein weiteres existenzielles Thema. Um Jungunternehmern die Übernahme und Führung ihres Betriebs zu erleichtern, hat die HOGAST mit HOGAST-NEXT ein neues Event-Format ins Leben gerufen. Im Fokus steht dabei, Inspirationen und Ideen für den beruflichen Alltag zu sammeln, durch die Inputs von Experten, aber auch durch den Austausch untereinander.

# FÜR LINKS-
# UND RECHTSHÄNDER.

## AKTIVA

| | |
|---|---|
| A. ANLAGEVERMÖGEN | 25.116.002,11 |
| B. UMLAUFVERMÖGEN | |
| I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände | 84.504.794,34 |
| II. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten | 23.477.763,10 |
| C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN | 169.284,38 |
| D. Aktive latente Steuern | 305.444,80 |
| **SUMME AKTIVA** | 133.573.288,73 |

## PASSIVA

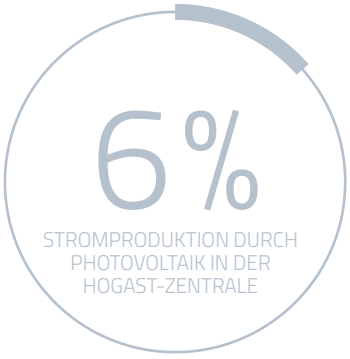
| | |
|---|---|
| A. EIGENKAPITAL | |
| I. Nennkapital | 1.685.640,00 |
| II. Rücklagen | 19.767.246,93 |
| III. Bilanzgewinn | 2.326.951,02 |
| B. INVESTITIONSZUSCHÜSSE | 25.939,64 |
| C. RÜCKSTELLUNGEN | 1.861.410,02 |
| D. VERBINDLICHKEITEN | 107.655.203,12 |
| E. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN | 250.898,00 |
| **SUMME PASSIVA** | 133.573.288,73 |

## DIE GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG 1. MAI 2017 BIS 30. APRIL 2018

| | |
|---|---|
| 1. Umsatzerlöse | 866.693.875,46 |
| 2. Sonstige betriebliche Erträge | 921.758,62 |
| 3. Warenaufwand und Aufwendungen für bezogene Leistungen | 854.625.892,07 |
| 4. Personalaufwand | 6.554.976,75 |
| 5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen | 264.208,12 |
| 6. Sonstige betriebliche Aufwendungen | 4.183.419,14 |
| 7. Betriebsergebnis Zwischensumme aus Z1 bis Z6 | 1.987.138,00 |
| 8. Erträge aus Beteiligungen | 982.677,18 |
| 9. Erträge aus anderen Wertpapieren | 445.218,92 |
| 10. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge | 27.972,66 |
| 11. Erträge aus Finanzanlagen und Wertpapieren des Umlaufvermögens | 662.272,72 |
| 12. Aufwendungen aus Finanzanlagen und Wertpapieren des Umlaufvermögens | 886.940,06 |
| 13. Zinsen und ähnliche Aufwendungen | 47.030,67 |
| 14. Finanzerfolg (Zwischensumme aus Z8 bis Z13) | 1.185.655,04 |
| 15. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit | 3.171.263,75 |
| 16. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag | 519.370,02 |
| 17. Jahresüberschuss | 2.651.893,73 |
| 18. Zuweisung zu Gewinnrücklagen | 362.284,48 |
| 19. Jahresergebnis | 2.289.609,25 |
| 20. Gewinnvortrag aus dem Vorjahr | 37.341,77 |
| 21. Bilanzgewinn | 2.326.951,02 |

| Stand jeweils 30. APRIL | 2015/2016 | 2016/2017 | 2017/2018 |
|---|---|---|---|
| Umsatz (ohne Inkasso-Umsatz) | 762.033.994,53 | 803.483.363,14 | 866.693.875,46 |
| durchschnittlicher Umsatz/Mitglied | 367.599,61 | 374.933,91 | 392.346,71 |
| Gewinn (ohne Gewinnvortrag) | 1.948.724,87 | 3.228.901,57 | 2.289.609,25 |
| Mitglieder (mit Einkaufsberechtigung) | 2.073 | 2.143 | 2.209 |
| Mitarbeiter | 86 | 87 | 94 |
| Bilanzsumme | 132.642.101,32 | 162.796.853,52 | 133.573.288,73 |
| BONIFIKATIONEN | 36.664.480,00 | 37.313.270,00 | 41.453.230,00 |
| HOGAST-Rückvergütung | 7.706.200,00 | 8.199.600,00 | 9.839.110,00 |
| regionaler Bonus | 28.958.280,00 | 29.113.670,00 | 31.614.120,00 |
| davon Skonto | 5.384.720,00 | 5.527.420,00 | 5.838.050,00 |
| Abschreibungen auf das Anlagevermögen | 230.867,37 | 220.922,03 | 264.208,12 |
| Mitarbeiterkosten / Zentralrabatt | 33,76 % | 33,33 % | 32,77 % |
| sonstige Kosten / Zentralrabatt | 22,64 % | 22,04 % | 18,23 % |
| HOGAST-BONIFIKATION / Zentralrabatt | 43,60 % | 44,63 % | 49,00 % |
| Personalaufwand | 5.965.288,49 | 6.122.609,19 | 6.554.976,75 |
| Wareneinsatz | 750.741.581,14 | 791.543.452,61 | 854.625.892,07 |
| Erlöse inkl. HOGAST-BONUS | 18.998.613,39 | 20.139.510,53 | 21.907.093,39 |
| Zentralrabatt | 17.667.651,38 | 18.371.420,73 | 20.004.224,72 |

# EIN HÄNDCHEN FÜR NACHHALTIGKEIT.



# **EIN HÄNDCHEN FÜR** NACHHALTIGKEIT.

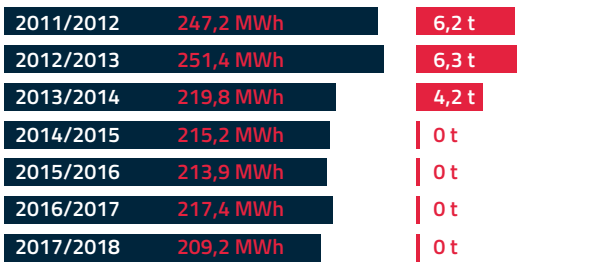
**Der Tourismus ist enorm wichtig für den österreichischen Arbeitsmarkt und die österreichische Wirtschaft. Voraussetzung für positive Gästezahlen ist wiederum eine gesunde Umwelt. Die HOGAST übernimmt auf vielen Ebenen ökologische Verantwortung.**

## NACHHALTIGES GEBÄUDEKONZEPT.

Die HOGAST-Zentrale in Anif wurde 2009 mit dem Ziel errichtet, den Energieverbrauch auf ein Minimum zu reduzieren. Mit einem Verbrauch von 209,2 MWh im Geschäftsjahr 2017/2018 ist dies erneut gelungen. 6 % des Stroms werden aus einer eigenen Photovoltaikanlage gewonnen, der Rest aus ausschließlich erneuerbaren Quellen zugekauft. Die $CO_2$-Emissionen aufgrund des Stromverbrauchs liegen seit 2014 bei null.

## KLIMANEUTRALITÄTSBÜNDNIS 2025.

Seit dem Jahr 2015 ist die HOGAST Mitglied im „Klimaneutralitätsbündnis 2025". Sämtlicher $CO_2$-Ausstoß des Unternehmens (Maschinen, Server, Mitarbeiter-Mobilität usw.) wird durch die Unterstützung von Klimaschutzprojekten ausgeglichen. Im Jahr 2017 hat die HOGAST mit ihrer Geschäftstätigkeit 310 Tonnen $CO_2$ produziert (= standortbasierter $CO_2$-Wert) und durch die Unterstützung eines Projekts in Malawi/Afrika kompensiert. Die HOGAST ist und bleibt somit klimaneutral.




Konsequente Mülltrennung ist für die HOGAST eine Selbstverständlichkeit. Im vergangenen Geschäftsjahr wurden folgende Entsorgungen durchgeführt: Papier (26 Entleerungen à 240 Liter), Karton (52 Entleerungen à 1.100 Liter), Metall (7 Entleerungen à 240 Liter) und Kunststoff (20 Entleerungen à 240 Liter). Die Erlöse aus der Wiederbefüllung sowie dem Wiederverkauf von Leertonern gingen zu Gunsten der Kinderkrebshilfe. Alte Firmenhandys wurden über die Ö3-Aktion wiederverwertet.

## „UNITED AGAINST WASTE".

Ein wichtiges Umweltthema ist auch die Abfallvermeidung, deshalb ist die HOGAST Mitglied der Initiative „United Against Waste". Diese branchenübergreifende Plattform verfolgt das Ziel, die vermeidbaren Lebensmittelabfälle im Küchenbereich bis zum Jahr 2020 um die Hälfte zu reduzieren.

## PRODUKTE UND LIEFERPARTNER.

Über unsere elektronische Bestellplattform EasyGoing können alle Mitglieder auf Produkte und Sortimente zugreifen, die Nachhaltigkeitskriterien erfüllen. Diese Artikel wurden zertifiziert, im Lebensmittelbereich etwa mit Gütesiegeln wie AMA, Fairtrade, UTZ, MSC, ECOCERT, und sind im Bestellsystem speziell gekennzeichnet. Auch die Lieferpartner sind angehalten, ökologische und soziale Standards einzuhalten, die in einem Lieferpartnerkodex festgeschrieben sind.

## HOGAST-VERANSTALTUNGEN.

Veranstaltungen der HOGAST in Österreich werden, wenn möglich, als „Green Meetings" durchgeführt. Damit ist auch hier die Einhaltung ökologischer Prinzipien sichergestellt.

# SO LÄUFT'S
HAND IN HAND.

**FÜHRUNGSSTRUKTUR UND ORGANE.**
Die HOGAST ist in einer flachen Hierarchie organisiert. Damit sind schnelle Entscheidungswege sowie effizientes Arbeiten gewährleistet. Neben Vision, Mission, lang- und mittelfristigen strategischen Zielen hat die HOGAST Politiken implementiert, die als Richtschnur für die Bereiche Einkauf, Mitglieder, Personal, Lieferanten und Qualität dienen. Aufsichtsrat und Beiräte (siehe S. 26/27) stellen zusätzlich die Mitgliederorientierung sicher.

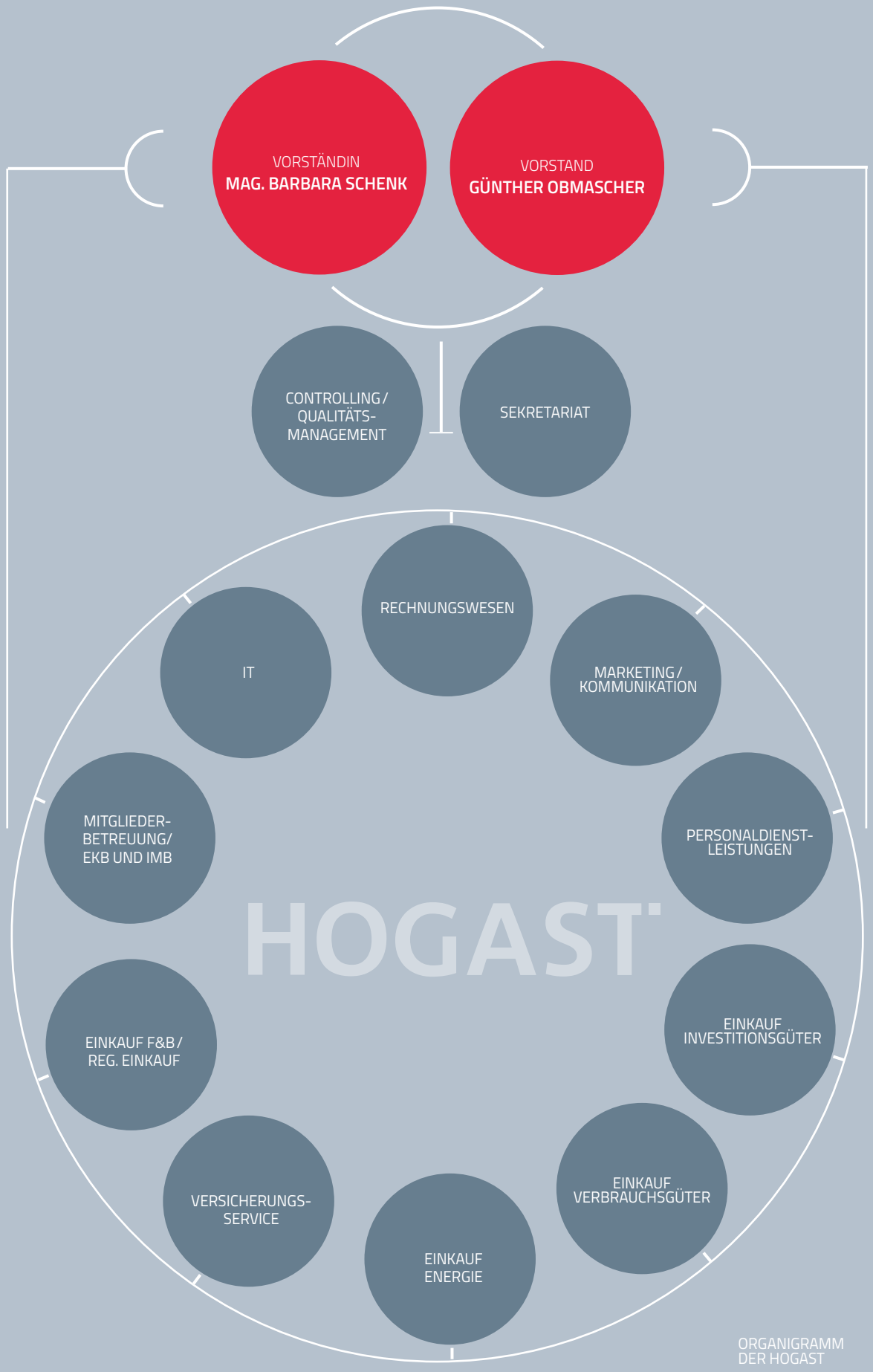
**NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE UND -GRUNDSÄTZE.**
Nachhaltiges Handeln ist für die HOGAST ein ganzheitlicher Ansatz, den wir in einem beständigen Prozess zum Nutzen unserer Mitgliedsbetriebe weiterentwickeln. Eine intakte Umwelt ist eine wesentliche Existenzgrundlage für im Tourismus tätige Betriebe.

**NEUTRALE ENTSCHEIDUNGSFINDUNG.**
Ein wesentlicher Bereich der Geschäftstätigkeit liegt in der verantwortungsvollen Gestaltung des Lieferpartnernetzwerkes und der Sortimente. Die HOGAST übernimmt Verantwortung nicht nur gegenüber den Mitgliedern, sondern auch gegenüber Lieferpartnern und Produzenten. In diesem Sinne fordert die HOGAST von ihren Lieferpartnern die Einhaltung definierter Arbeits- und Produktionsbedingungen. Alle neuen Lieferpartner (100 %) werden im Hinblick auf soziale und Menschenrechtskriterien geprüft. Lieferpartner, die mit ihrem Produkt- bzw. Dienstleistungsspektrum nicht zur Nachhaltigkeitsstrategie der HOGAST passen, werden nicht aufgenommen. Der entscheidende Vorteil unserer Mitglieder bei der Nutzung der HOGAST-Dienstleistungen ist die neutrale Position der HOGAST bei der Entscheidungsfindung. Mit ihrer Anti-Korruptionspolitik stellt die HOGAST faire Wettbewerbsbedingungen zugunsten ihrer Mitglieder sicher.

**MITARBEITER IM FOKUS.**
Unsere Mitarbeiter sind der entscheidende Faktor für unseren Erfolg. Wir setzen auf eine faire und gewinnbringende Bindung zwischen Unternehmen und Mitarbeitern. Schwerpunkte liegen in einem bedarfsgerechten, abwechslungsreichen und innovativen Angebot an Aus- und Weiterbildungsprojekten und gezielten Präventivmaßnahmen im Gesundheitsbereich.

**ANTI-KORRUPTION.**
Als Vermittler ist die HOGAST für die Auswahl der Lieferpartner verantwortlich, daher ist die Vermeidung von Korruptionsrisiken ein wichtiges Thema für die HOGAST. Korruption würde nicht nur zur Wettbewerbsverzerrung auf Lieferpartnerseite führen, sondern auch die Mitgliedsbetriebe benachteiligen, da nicht gewährleistet wäre, dass ausschließlich objektive Kriterien im Interesse der Mitgliedsbetriebe zur Lieferanten- und Angebotsauswahl herangezogen werden. Daher wurde eine Anti-Korruptionsrichtlinie formuliert, die allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern kommuniziert wurde und intern für alle zugänglich ist.

**DATENSCHUTZ.**
Datenlecks und -missbrauch können zu wirtschaftlichem Schaden bei den Mitgliedsbetrieben führen. Durch Sicherstellung des Datenschutzes und Diskretion kann die HOGAST hier vorbeugen. Es werden alle Maßnahmen ergriffen, die eine maximal mögliche Sicherheit der Mitgliederdaten gegen Datenverlust und unberechtigte Zugriffe gewährleisten. In einem jährlichen IT-Audit werden diese Maßnahmen auf Vollständigkeit und gelebte Praxis geprüft.




ORGANIGRAMM DER HOGAST

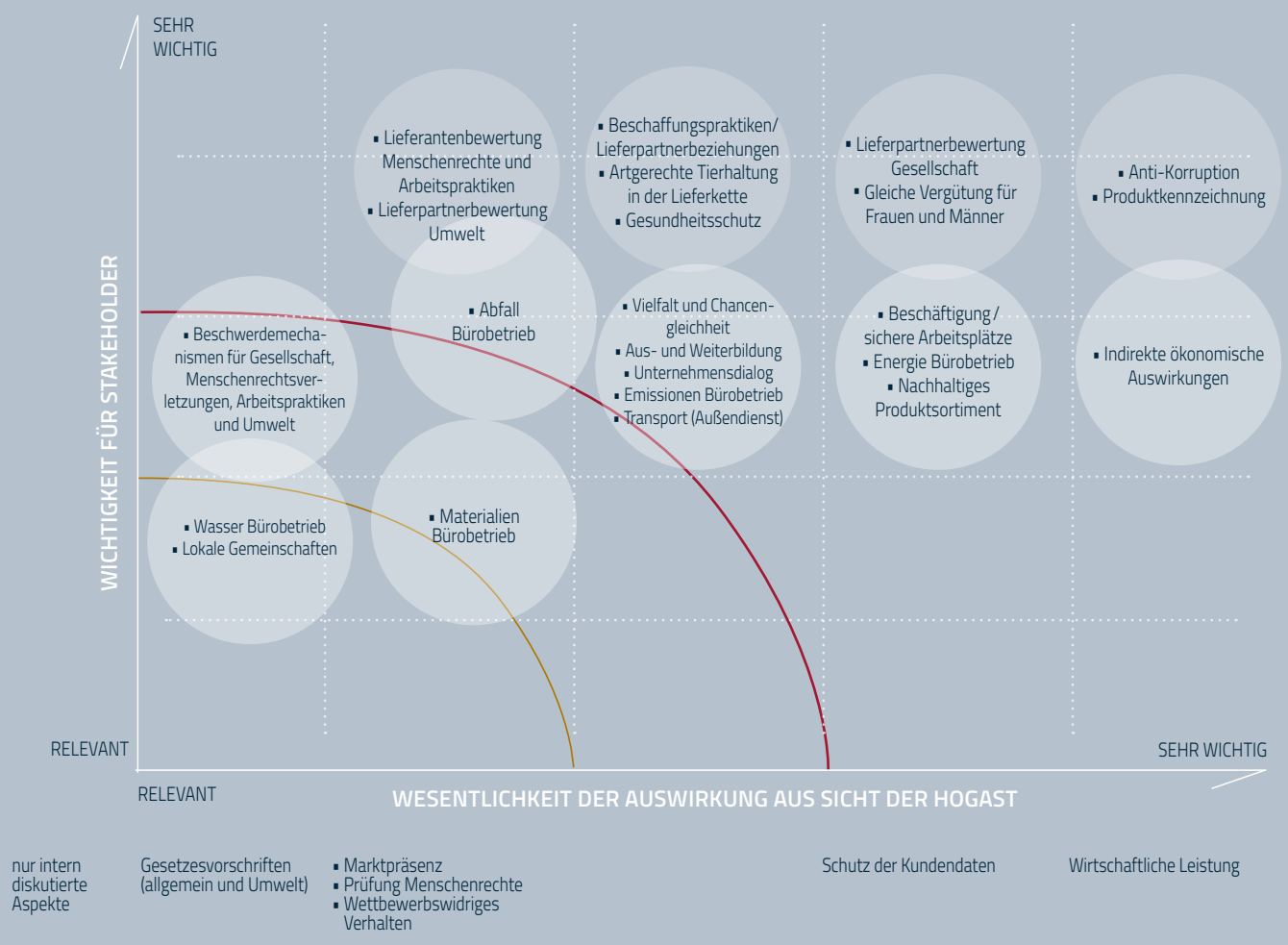
# BITTE ABKLATSCHEN.

Die HOGAST startete im Sommer 2013 einen strukturierten Nachhaltigkeitsprozess, bei dem erstmals alle nachhaltigkeitsrelevanten Daten im Unternehmen erhoben wurden. Dafür stellte das Unternehmen ein Nachhaltigkeitsteam auf. Neben der Geschäftsführung bilden die Einkaufsleiter der drei Bereiche Food & Beverage, Verbrauchsgüter, Energie & Investitionsgüter sowie der Bereichsleiter für Controlling & Qualitätsmanagement das Nachhaltigkeitsteam.

Gemäß den Vorgaben der neuesten Generation der international anerkannten Leitlinien für Nachhaltigkeitsberichte, Global Reporting Initiative, wurde 2014 außerdem ein Wesentlichkeitsprozess durchgeführt, um die wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen zu identifizieren. Die Priorisierung erfolgte sowohl durch das interne Nachhaltigkeitsteam als auch durch eine Befragung der Stakeholder. Basis war hier ein qualitativ aussagekräftiges und ausgewogenes Sample aus Mitgliedern, Lieferpartnern, Mitarbeitern, aber auch Interessenvertretern, Medien, Politik und NGOs.

Der vorliegende Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht erfasst das HOGAST-Geschäftsjahr 2017/2018, also den Zeitraum 1. Mai 2017 bis 30. April 2018. Die Berichtsgrenze für die nachhaltigkeitsbezogenen Daten entspricht jener des Geschäftsberichts und umfasst die HOGAST Einkaufsgenossenschaft. Der Bericht deckt alle wichtigen Themen entsprechend der Wesentlichkeitsmatrix ab.

## DIE WESENTLICHKEITSMATRIX DER HOGAST.



# EINFACH SAUBERE HÄNDE.

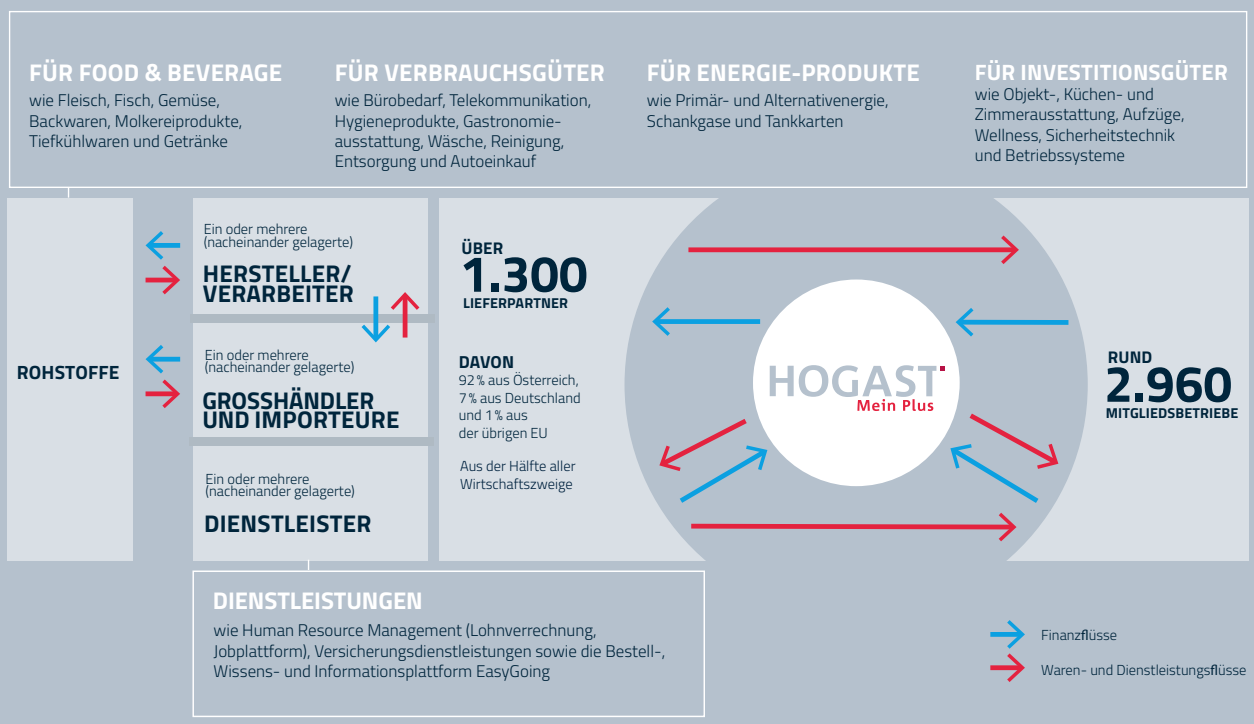
Unsere Mitglieder können auf unserer elektronischen Bestell- und Informationsplattform auf Produkte und Sortimente zugreifen, die Nachhaltigkeitskriterien erfüllen. Bei Lebensmitteln etwa findet man Produkte und Sortimente, die nach unterschiedlichen Nachhaltigkeitskriterien zertifiziert wurden wie z. B. AMA, Fairtrade, Rainforest Alliance, UTZ, MSC, Nordic Ecolabel, ECOCERT und Gentechnik-frei. Außerdem werden regionale Produkte gekennzeichnet, die den Kriterien folgender Organisationen entsprechen: Bewusst Tirol, Genussland Oberösterreich, Ländle Produkte, Genussland Kärnten, Salzburg schmeckt, So schmeckt Niederösterreich, Genuss Burgenland, Allgäu.

Als Ergebnis eines Drei-Jahres-Projektes gibt es eine Übersicht über alle alternativen Energieformen wie Ökostrom, BHKW, Solarthermie, Speichersysteme, Spitzenlastreduktion und Brennwertgeräte, um nur einige zu nennen.

Die HOGAST selbst geht mit gutem Beispiel voran, ist Mitglied im Klimaneutralitätsbündnis 2025 und hat sich somit verpflichtet, sämtlichen $CO_2$-Ausstoß aufgrund der Unternehmenstätigkeit (Maschinen, Server, Mitarbeiter-Mobilität usw.) durch die Unterstützung von Klimaschutzprojekten auszugleichen. Seit Herbst 2013 werden außerdem alle nationalen Veranstaltungen, wenn möglich, als Green Meetings organisiert. All diese Aktivitäten sollen es unseren Mitgliedern erleichtern, Nachhaltigkeit in ihren Beschaffungsprozess zu integrieren.

Wichtiger Ausgangspunkt eines nachhaltigen Beschaffungsprozesses sind unsere Lieferfirmen. Sie müssen eine Vielzahl an Bedingungen erfüllen, um unsere Partner zu werden. Darunter befindet sich auch ein Lieferpartnerkodex, der sicherstellen soll, dass ein Mindestmaß an Kriterien in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitspraktiken, ökologische Nachhaltigkeit und geschäftliche Integrität erfüllt wird. Dieser Kodex wurde schon von einer überwiegenden Anzahl der Lieferpartner unterzeichnet.

## LIEFERKETTE DES HOGAST-PORTFOLIOS.



# DIE PERFEKTE HANDHABE.

Die HOGAST pflegt mit ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Mitgliedern und Lieferpartnern einen engen Austausch, der vom wertschätzenden Umgang miteinander geprägt ist.

Die Mitglieder werden in ihren Betrieben sowie auf regionalen Tagungen durch Einkaufsberater persönlich betreut und können den HOGAST-Innendienst in Anif bei Salzburg telefonisch oder per E-Mail erreichen. Neben der HOGAST-Website werden die Mitglieder durch Newsletter und Mailings sowie im Magazin HOGAST-plus.punkt auf dem Laufenden gehalten. Plattformen für den intensiven Austausch und die Vernetzung bieten die jährlichen Veranstaltungen HOGAST-Symposium, HOGAST-Powertag, HOGAST-NEXT und HOGAST-Golftrophy. In zweijährlichen Mitgliederbefragungen wird zudem die Zufriedenheit der Mitglieder erhoben.

## GESPRÄCHE UND UMFRAGEN.

Den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wird neben dem laufenden Unternehmensdialog und alltäglichen Austausch in jährlichen Mitarbeitergesprächen Raum geboten, um über ihre fachliche Arbeitssituation und alle Aspekte der Zusammenarbeit sowie über Weiterbildung zu sprechen. Daneben findet jedes Jahr eine externe und anonyme Umfrage unter Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern statt, um ein Gesamtbild über das Betriebsklima zu erhalten.

Neben dem laufenden Kontakt mit den Lieferpartnern führt die HOGAST mindestens jährlich persönliche Gespräche über Preise und Konditionen sowie über Stärken und Schwächen der Zusammenarbeit und gibt dabei auch Feedback der Mitglieder an die Lieferpartner weiter. Auch Produktneuheiten und Marktinformation, Vermarktungshilfen und Verkaufsförderung sowie Boni sind wichtige Themen im Austausch mit den Lieferpartnern.

## MITGLIEDERBEFRAGUNG.

Die letzte Mitgliederbefragung, die 2016 online unter Mitgliedsbetrieben aus ganz Österreich stattfand, zeigt eine hohe Zufriedenheit, Bindung und Loyalität der HOGAST-Mitglieder. Die Gesamtbeurteilung ergab einen Schnitt von 1,8 (Schulnotensystem).

## STAKEHOLDER-UMFRAGE.

Um die wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen für die HOGAST zu identifizieren, holte die HOGAST 2014 die Sicht seiner Stakeholder ein. Neben Mitgliedern, Lieferpartnern sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wurden auch Interessenvertreter und Nachhaltigkeitsexperten nach ihrer Meinung befragt.

Generell wurden von den Stakeholdern alle abgefragten Aspekte im Zusammenhang mit Nachhaltigkeit sehr hoch bewertet. Die Noten liegen auf einer Skala von 1 bis 10 in einer Bandbreite von zwischen 6,8 und 9,3. Als Konsequenz wurden eine HOGAST-Anti-Korruptionsrichtlinie und ein Lieferpartnerkodex entwickelt, ein Beschwerdemechanismus geschaffen sowie mit einer regelmäßigen Nachhaltigkeitsberichterstattung begonnen. Welche Themen den Stakeholdern neben Anti-Korruption und Beschaffungspraktiken noch wichtig sind, sehen Sie in der HOGAST-Wesentlichkeitsmatrix auf Seite 20.

## FEEDBACK- UND BESCHWERDEMÖGLICHKEITEN.

Die Einrichtung einer Beschwerdemöglichkeit zu den Themen Korruption und wettbewerbswidriges Verhalten sowie zu Arbeitsbedingungen und ökologischen Themen kann dazu beitragen, dass die HOGAST von potenziellen Fällen solcher wirtschaftlich und gesellschaftlich unerwünschten Fehlleistungen erfährt. Um für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Mitglieder, Lieferpartner und andere Stakeholder neben dem direkten Kontakt auch eine leicht zugängliche formelle Feedback- bzw. Beschwerdemöglichkeit zu schaffen, wurde eine solche auf der Website der HOGAST implementiert. Daneben haben die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in regelmäßigen Mitarbeitergesprächen sowie anonymen Umfragen die Möglichkeit, etwaige wahrgenommene Mängel und Verbesserungsvorschläge in Bezug auf die Arbeitsbedingungen und Gleichbehandlung einzubringen.

# WIRKLICH GUTE HANDZEICHEN.

Die Kompetenz der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist ausschlaggebend für die Qualität der Dienstleistungen und damit für den Erfolg der HOGAST. Dafür sind Gesundheit und fachliche sowie soziale Kompetenz notwendige Voraussetzungen. Ein umfassendes und abwechslungsreiches jährliches Aus- und Weiterbildungsprogramm, für das auch ausreichend Budget zur Verfügung gestellt wird, ist daher sehr wichtig. Es enthält fachliche Module ebenso wie Module zur Persönlichkeitsentwicklung.

Für die Gesundheit als Basis der Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter investieren wir jährlich in Präventivmaßnahmen. Diese umfassen Seminare für gesunde Ernährung und Lebensstil, individuelle Ernährungs- und Sportcoachings und die Möglichkeit einer sportmedizinischen Basisuntersuchung.

Vor allem junge Menschen liegen uns am Herzen. Das Ziel der HOGAST ist es, pro Lehrjahr mindestens einen Ausbildungsplatz zur Verfügung zu stellen. Bei Einstellung und Beförderung ist Chancengleichheit selbstverständlich, auf Lohngerechtigkeit wird besonderer Wert gelegt. Angebote wie Gleitzeit, Home Office und Altersteilzeit tragen zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben bei. Mit der jährlichen Mitarbeiterinnen- und Mitarbeiterbefragung steht der HOGAST ein gutes Instrument zur Verfügung, Feedback zu den Maßnahmen zu erhalten und auf Bedürfnisse entsprechend zu reagieren.

## BETRIEBLICHE LEISTUNGEN:

- **Flexible Arbeitszeiten**
- **Gesundheitsförderung**
- **Weiterbildung**
- **Mitarbeiter-Events (Betriebsausflüge, Weihnachtsfeier usw.)**
- **Fahrtkostenersatz bei Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel**
- **Zuschuss für Kinderbetreuung**
- **Essensgutscheine**
- **Diverse Getränke (Kaffee, Tee, ...) und Speisen (Baguettes, Aufbackgebäck, ...) kostenlos im Betrieb**

## WER TRÄGT ZUM ERFOLG DER HOGAST BEI?

### ALTER UND GESCHLECHT (STICHTAG: 30.04.2018)

| Alter | Männer | Frauen | Gesamt |
|---|---|---|---|
| unter 20 | 1 | 4 | 5 |
| 20–30 | 1 | 20 | 21 |
| 30–40 | 10 | 11 | 21 |
| 40–50 | 20 | 13 | 33 |
| 50–60 | 8 | 11 | 19 |
| über 60 | 3 | 0 | 3 |
| Gesamt | **43** | **59** | **102** |

### VOLLZEIT/TEILZEIT NACH GESCHLECHT

| | Männer | Frauen | Gesamt | Teilzeitquote |
|---|---|---|---|---|
| Teilzeit | 2 | 13 | 15 | |
| Vollzeit | 41 | 46 | 87 | |
| Gesamt | 43 | 59 | 102 | 15,30 % |

### FÜHRUNGSSTRUKTUR

| Altersgruppen | Aufsichtsrat | Geschäftsführung | Bereichsleitung |
|---|---|---|---|
| 30–40 | 0 | 0 | 1 |
| 40–50 | 3 | 0 | 4 |
| 50–60 | 3 | 1 | 3 |
| über 60 | 0 | 1 | 1 |
| Frauen | 1 von 6 | 1 von 2 | 2 von 9 |
| Anteil | 16,70 % | 50,00 % | 22,22 % |

3 von 11 Führungskräften (ohne AR) sind Frauen = 27,27 %

### SONSTIGES

| | 2016/2017 | 2017/2018 |
|---|---|---|
| Fluktuation | 9,21 % | 3,20 % |
| Neuzugänge (Anzahl) | 7 | 13 |
| Krankenstände (in Tagen) | 445 | 645 |
| Weiterbildungskosten (in Euro) | 50.631,81 | 75.852,18 |
| Weiterbildung (in Stunden) | 2090 | 2470 |

# VIEL FINGERSPITZENGEFÜHL
GEFRAGT.

# **VIEL FINGERSPITZENGEFÜHL** GEFRAGT.

**REGIONALITÄT – PHASE 2.**
Die F&B-Abteilung widmet sich neben dem Warenkorb 2020 auch im neuen Wirtschaftsjahr intensiv dem Thema Regionalität. Nach der Einbindung von Regionalorganisationen sollen in Phase 2 dieses Schwerpunkts die regionalen Produzenten selbst die Möglichkeit erhalten, ihre Produkte via HOGAST zu vermarkten. Die HOGAST wird also zum Brückenkopf zwischen Landwirtschaft und Tourismus.

**MONITORINGSYSTEM.**
Die Investitionsgüter-Abteilung plant die Implementierung des sogenannten Monitoring-Systems. Prüfpflichtige Anlagen werden im EasyGoing eingepflegt, die Besitzer über bevorstehende oder bereits fällige Prüfungen informiert und bei Bedarf auch die Prüfungen gemeinsam ausgeschrieben und organisiert. Schon im Wirtschaftsjahr 2018/2019 wird die Revision von Brandmeldeanlagen gebündelt.

**NEUE KOMPETENZTHEMEN.**
Die IG-Abteilung wird außerdem ihre Fachkompetenz erweitern und dazu das Lieferpartner-Netzwerk ausbauen. Themen sind hier Homepages und E-Marketing, E-Bikes und nicht zuletzt Architekten. Die Projektberatung soll durch die intensive Kooperation mit mehreren Architekten, die schon in der Vergangenheit oft mit der HOGAST zusammengearbeitet haben, noch effektiver werden.

**DATENSCHUTZKOORDINATOR.**
Ein wichtiges Thema werden im Wirtschaftsjahr 2018/2019 der Datenschutz und die DSGVO bleiben. Die HOGAST hat einen eigenen Datenschutzkoordinator installiert, der Betriebe persönlich besuchen und sie bei der Umsetzung des Regelwerks unterstützen wird.

**EASYGOING-SCHULUNGEN.**
Ein weiterer IT-Schwerpunkt sind die EasyGoing-Schulungen, die von der zuständigen Schulungsleiterin in ganz Österreich angeboten und durchgeführt werden. Ziel ist es, die Personen, die mit dem System arbeiten, sowohl mit den Grundfunktionen als auch mit neuen Tools und Weiterentwicklungen vertraut zu machen.

**LEHRLINGSOFFENSIVE.**
In puncto Personaldienstleistungen wird auch 2018/2019 das Employer Branding ein wichtiges Thema sein. Auf der eigenen Plattform hogastjob.com soll die Möglichkeit geschaffen werden, das Arbeitgeber-Profil zu erweitern und damit noch mehr potenzielle Mitarbeiter zu erreichen. Außerdem ist eine HOGAST-Lehrlingsoffensive geplant, und das auf zwei Ebenen: zum einen durch Aufklärung über die Arbeit im Tourismus, zum anderen durch Ausarbeitung eines Guides zum Thema Lehrlingsausbildung für die Betriebe.

# MIT BESTEM GEWISSEN:
## DAUMEN HOCH!

### AUFSICHTSRAT:

**Ing. Walter Veit**
Vorsitzender
Hotel Enzian, Obertauern

**Markus Tipotsch, MSc**
Vorsitzender Stellvertreter
Hotel Gletscher & Spa Neuhintertux, Hintertux

**Gudrun Peter**
Mitglied des Aufsichtsrats
Romantik Hotel Weisses Rössl, St. Wolfgang

**Thomas Herburger**
Mitglied des Aufsichtsrats
Hotel Weisses Kreuz, Feldkirch

**Peter Ochensberger**
Mitglied des Aufsichtsrats
Garten-Hotel, St. Ruprecht/Raab

**Werner Magedler**
Mitglied des Aufsichtsrats
Rainers Hotel und Hotel Senator, Wien

### VORSTAND:

**Mag. Barbara Schenk**
Vorständin

**Günther Obmascher**
Vorstand

### DIE BEIRÄTE DER HOGAST:

**Beiräte der individuellen Mitgliederberatung:**

**Thomas J. Bauer,** Vamed Vitality World, Wien
**Franz Boindl,** Austria Hotels – Head and Sales Office, Wien
**Wolfgang Burgschwaiger,** Hotel Übergossene Alm, Dienten/Hochkönig
**Horst Dilly,** Dilly's Wellnesshotel, Windischgarsten
**Karl Heymich,** Hotel Löwe, Hotel Bär, Serfaus
**Karl Koller,** Robinson Club Amade, Kleinarl

### DIE BEIRÄTE DER HOGAST:

**Beiräte Nord:**

**Fritz Breitfuß jun.,** Sport- und Spaßhotel Neuhaus, Saalbach
**Christian Fischer,** Seegasthaus Fischer Wirt, St. Gilgen
**Dino Gerns,** Hotel Sonnleiten, Saalbach
**Hans Gruber,** Sporthotel Cinderella Spa & Resort, Obertauern
**Franz Hainbuchner,** Hotel Restaurant Häupl, Seewalchen
**Thomas Hasenauer,** Hotel Restaurant Römerhof, Dorfgastein
**Werner Hörl,** Romantik Hotel Zell am See, Zell am See
**Roman Kerschbaumer,** Hotel Kerschbaumer, Rußbach
**Georg Lackner,** Hotel Lacknerhof, Flachau
**Johann Lüftenegger,** Alm.Gut, St. Margarethen
**Johann Mader,** Hotel Mader, Steyr
**Johannes Roither,** Gasthof Mitten in der Welt, Neußerling
**Gerhard Schönbauer,** Landgasthof Holznerwirt, Eugendorf
**Georg Schürrer,** Lindenhof, Spital am Pyhrn
**Johann Schütz,** Gasthof Die Eidenberger Alm, Eidenberg
**Albert Schwaighofer jun.,** Hotel Adler, Hinterglemm
**Georg Segl,** Hotel Alpenblick, Zell am See
**Thomas Steiner,** Hotel Steiner, Obertauern
**Mag. Christian Wendl ,** Höss-Salettl, Hinterstoder
**Wilfried Winzer,** Hotel Winzer Wellness & Spa, St. Georgen im Attergau
**Franz Ziegelböck,** Gasthof Hoftaverne, Almtal

## DIE BEIRÄTE DER HOGAST:

**Beiräte West:**

**Stefan Burger,** Hotel Berghof, Lech
**Mag. Thomas Eggler,** Hotel Arlberghaus, Zürs am Arlberg
**Manfred Furtner,** Hotel Wiesenhof, Pertisau
**Josef Greil,** Hotel Greil, Söll
**Walter Hopfner,** Sporthotel Bichlhof, Kitzbühel
**Oskar Jäger,** Familienhotel Jägeralpe, Warth
**Fritz Kaltschmid jun.,** Ferienhotel Kaltschmid, Seefeld
**Karl Luggen,** Hotel Adler, Serfaus
**Erich Lumpert,** Hotel Sägerhof, Tannheim
**Christoph Mallaun,** Wellnesshotel Mallaun, See
**Dieter Oberhöller,** Hotel Montfort, Feldkirch
**Thomas Putz,** Hotel Standlhof, Uderns
**Josef Sailer jun.,** Hotel Sailer, Innsbruck
**Wolfgang Schwärzler,** Kneipp-Kurhaus Rossbad, Krumbach
**Martin Schwenniger**, Hotel Schönegg, Seefeld
**Wilhelm Steindl,** Activ Sunny Hotel Sonne, Kitzbühel
**Hans-Peter Steiner**, Hotel Austria, Obergurgl
**Franz Stöckl,** Hotel Kristall, Gerlos
**Othmar Walser,** Hotel Vier Jahreszeiten, St. Leonhard im Pitztal
**Artur Wieser,** Brauhaus Falkenstein, Lienz
**Hannes Wolf,** Hotel Olympia, Ischgl
**Jürgen Zudrell,** Panoramagasthof Kristberg, Silbertal im Montafon

## DIE BEIRÄTE DER HOGAST:

**Beiräte Süd:**

**Stefanie Aniwanter**, Hotel Am See „Die Forelle", Millstatt
**Walter Bachler,** Bergrestaurant Waldtratte, Bad Kleinkirchheim
**Heinz Ferner,** Gasthof Ferner, Murau
**Erich Gumpitsch,** Restaurant Burgruine Landskron, Villach
**Roland Gyger,** Hotel Schütterhof, Rohrmoos, steir. Ennstal
**Georg Hochegger,** Alpengasthof Hochegger, Bad St. Leonhard
**Horst Jernej,** Café-Restaurant Seerose, St. Kanzian
**Daniel Kaufmann,** Hotel Restaurant Staribacher, Leibnitz/Kaindorf
**Dietmar Krenn,** Hotel Kärntnerhof, Bad Kleinkirchheim
**Josef Monschein,** Gasthof Turmwirt, Kindberg
**Burghard Neumann,** Hotel Zum Hirschen, Altaussee
**Mario Notdurfter,** Hotel Glocknerhof, Heiligenblut
**Johann Peheim,** Kur- und Fremdenverkehrsbetriebe, Bad Radkersburg
**Christoph Pirafelner,** Gasthof Zur Ennsbrücke, Admont/Hall
**Rainer Ogrinigg,** Gut Pössnitzberg, Leutschach
**Georg Rippel,** Hotel Mariazellerhof, Mariazell
**Alfred Speckmoser,** Pension Speckmoser, Bad Mitterndorf
**Gerald Stoiser,** Thermenhotel Stoiser, Loipersdorf
**Martin Waldner,** Hotel Gartnerkofel, Hermagor
**Tono Wrann,** Wrann Hotels, Velden

## DIE BEIRÄTE DER HOGAST:

**Beiräte Ost:**

**Roland Beck,** Landhotel Birkenhof, Gols
**Thomas Hopfeld,** Hotel Restaurant Drei Königshof, Stockerau
**Brian Johnston,** Hotel Marienhof, Reichenau
**Karl Krc,** Amon's Gastwirtschaft, Wien
**Markus Madar,** Madar Café Restaurant zum Fürsten Melk, Melk

# APPLAUS,
APPLAUS.

Jede Umsatzsteigerung der HOGAST ist in erster Linie ein Erfolg für ihre Mitglieder und Eigentümer sowie für ihre Lieferpartner. Das System der Einkaufsbündelung funktioniert nur dank der Loyalität der Betriebe gegenüber der Genossenschaft und des fairen Miteinanders von Mitgliedern und Partnern. Daraus ergibt sich eine Win-win-Situation für beide Seiten, die von der HOGAST angestrebt wird.

## DIE 30 UMSATZSTÄRKSTEN MITGLIEDER

**nach Betriebsstätten, alphabetisch gereiht:**

**Aldiana Clubhotel,** Bad Mitterndorf
**Alpenrose,** Lermoos
**Alpenrose,** Maurach/Achensee
**Aqua Dome,** Längenfeld
**Bad Reuthe,** Reuthe
**Burghotel,** Lech
**Dachsteinkönig,** Gosau
**Engel,** Grän
**Feuerberg,** Bodensdorf
**Friesacher,** Anif
**Grand Hotel,** Wien
**Hochschober,** Turracherhöhe
**Intercontinental,** Wien
**Jungbrunn,** Tannheim
**Linsberg Asia,** Bad Erlach
**Löwe & Bär,** Serfaus
**Posthotel,** Achenkirch
**Quellenhof,** Leutasch
**Reiters Allegria,** Stegersbach
**Reiters Reserve,** Bad Tatzmannsdorf
**Robinson Club,** Ampflwang
**Robinson Club Amadé,** Kleinarl
**Rogner,** Bad Blumau
**Rogner Non Food,** Bad Blumau
**Sacher,** Wien
**Schlosshotel,** Fiss
**Tauern Spa,** Kaprun
**Thermenzentrum,** Geinberg
**Trofana Royal,** Ischgl
**Warmbaderhof,** Villach

## DIE 30 UMSATZSTÄRKSTEN LIEFERANTEN

**alphabetisch gereiht:**

**A1 Mobilkom/Telekom,** Wien
**AGM** Österreich
**Brau Union,** Linz
**Brolli,** Graz
**Energieallianz,** Wien
**Grabher & Co Fruchtexpress,** Frastanz
**Grissemann,** Zams
**Hagleitner,** Zell am See
**Handl,** Pians
**Hollu,** Zirl
**Karnerta,** Klagenfurt
**Kastner,** Eisenstadt
**Kofler Tiefkühl,** Landeck
**Kröswang,** Grieskirchen
**Metro,** Vösendorf
**Morandell,** Wörgl
**Neurauter,** Ötztal-Bahnhof
**R&S Gourmets,** Wals
**Rechberger,** Linz
**Resch & Frisch,** Linz
**Riedhart,** Wörgl
**Salesianer,** Wien
**Salzburg AG,** Salzburg
**Sinnesberger,** Kirchdorf
**Stiegl,** Salzburg
**Tiwag,** Innsbruck
**Transgourmet** Österreich
**VKW,** Bregenz
**Wedl,** Mils
**Winkler Obst,** Ötztal-Bahnhof

# EIN DANKESCHÖN MIT HANDKUSS.

ADA INTERNATIONAL
AMANN Kaffee
BIO TECH
BMW
MINI
BWT BEST WATER TECHNOLOGY
cleanfix
Coca-Cola
Dallmayr GASTRONOMIE-SERVICE
dutzler design
eBike
ESKIMO
Europäische Reiseversicherung
OUTDOOR living Exito WWW.EXITO.AT
FBF bed & more
GO IN
GOTTARDI & PARTNER
Pure Freude am Wasser GROHE
hagleitner Innovative Hygiene.
Haubis
hollu so geht sauber.
Kerzen & Licht JEKA
kapsch challenging limits
Julius Meinl
METRO Partner für Profis
MORANDELL
ncm.at Ihr Erfolg im Internet.
NESPRESSO
Nestlé PROFESSIONAL MAKING MORE POSSIBLE.
PHYSIOTHERM Infrarotkabinen
Rosch & Frisch AM LIEBSTEN IMMER.
Rentokil Initial
RÖMERQUELLE
Ronnefeldt TEA EXCELLENCE SINCE 1823
R EXPRESS
SALZBURG AG
salzkammergut DRUCK
SCHÄFER SHOP
Schlumberger
Scaffe SPECIAL COFFEE QUALITY
Sport-Tiedje Professional Fitness Equipment
Salzburger Stiegl
SYMPHONIC Objekt Design & Maßanfertigung
TGS Umfassender Service für Gebäudetechnik
UNYKAT INTERIOR DESIGN. LIVING ROOMS.
Vkw Vorarlberger Kraftwerke AG
VOSSEN A TOUCH OF ENERGY
VOGLAUER HOTEL CONCEPT
websLINE internet & marketing GmbH
DRUCK WEDL&DICK
Werner & Mertz Professional
winterhalter

## GRI-INHALTSINDEX

| GRI-Code | Inhalt nach GRI (Kern) – Allgemeine Standardangaben | Verweis / Anmerkungen |
|---|---|---|
| 102-1 | Name der Organisation | S. 8, Impressum |
| 102-10 | Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette | Die Mitgliederzahl ist seit dem letzten Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht von 2.700 auf 2.960 gestiegen. Bei der Lieferkette gab es keine signifikanten Änderungen. |
| 102-11 | Vorsorgeprinzip | S. 18–19 |
| 102-12 | Externe ökonomische, ökologische und soziale Satzungen oder Leitlinien, zu denen sich die Organisation bekennt | S. 21 |
| 102-13 | Wichtige Mitgliedschaften in der Wirtschaft, anderen Verbänden und Beratungsorganisationen | Raiffeisen-Genossenschaftsverband, Wirtschaftskammer Österreich |
| 102-14 | Stellungnahme der obersten Führungskraft der Organisation | S. 4–5 |
| 102-16 | Unternehmenswerte, Prinzipien und Verhaltenskodizes | S. 8–9,18–19, 20–21 |
| 102-18 | Führungsstruktur der Organisation | S. 18–19, 26–27 |
| 102-2 | Aktivitäten der Organisation, Produkte und Dienstleistungen | S. 8–9, 12–13, 21 |
| 102-3 | Ort des Hauptsitzes der Organisation | Impressum |
| 102-4 | Anzahl der Länder, in denen Geschäfte betrieben werden, und Hauptmärkte | Die HOGAST Einkaufsgenossenschaft ist ausschließlich in Österreich aktiv. |
| 102-40 | Stakeholder-Gruppen, die von der Organisation einbezogen werden | S. 20, 22 |
| 102-41 | Prozentsatz der angestellten Mitarbeiter, die von den Tarifverhandlungen erfasst werden | Alle Mitarbeiter unterliegen dem Kollektivvertrag Handel. |
| 102-42 | Bestimmung und Auswahl von Stakeholdern | S. 20 |
| 102-43 | Einbeziehung der Stakeholder | S. 20, 22 |
| 102-44 | Schlüsselthemen, Anliegen, Umfrageergebnisse zur Kundenzufriedenheit | S. 20, 22 |
| 102-45 | Entitäten, die in den Konzernabschlüssen oder in äquivalenten Dokumenten erwähnt werden. | S. 20, 30–31 |
| 102-46 | Informationen zu Berichtsinhalt und Themenabgrenzung – Anwendung des Wesentlichkeitsprinzips | S. 20 |
| 102-47 | Wesentliche Themen, die im Zusammenhang mit der Bestimmung des Berichtsinhalts identifiziert wurden | S. 20, 22 |
| 102-48 | Neuformulierung von Informationen aus früheren Berichten | Keine Neuformulierung |
| 102-49 | Signifikante Änderungen in der Liste der wesentlichen Themen und bei den Themenabgrenzungen | Keine Änderungen |
| 102-5 | Eigentum und Rechtsform | S. 8–9, 18–19, Impressum |
| 102-50 | Berichtszeitraum der zur Verfügung gestellten Informationen | S. 20 |
| 102-51 | Datum des aktuellsten vorausgehenden Berichts | Der Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht 2015/2016 wurde am 17. Oktober 2016 veröffentlicht. |
| 102-52 | Berichtszyklus | Der Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht wird in einem zweijährlichen Zyklus aufgelegt |
| 102-53 | Kontaktangaben bei Fragen bezüglich des Berichts und des Berichtsinhalts | Impressum |
| 102-54 | Information zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards | Impressum |
| 102-55 | GRI-Inhaltsindex | S. 20, 30–31 |
| 102-56 | Externe Prüfung | Der Bericht wird nicht extern geprüft |
| 102-6 | Bediente Märkte | Die HOGAST Einkaufsgenossenschaft ist ausschließlich in Österreich aktiv. |
| 102-7 | Größe der Organisation | S. 8–9, 14–15 |
| 102-8 | Informationen über Angestellte und andere Mitarbeiter | S. 23; alle Mitarbeiter sind angestellt, es gibt keine anderen Beschäftigungsverhältnisse |
| 102-9 | Lieferkette | S. 21 |

## GRI-INHALTSINDEX

| GRI-Code | Inhalt nach GRI (Kern) – Allgemeine Standardangaben | Verweis / Anmerkungen |
|---|---|---|
| 103-1 | Materialwirtschaft | Die HOGAST ist kein Produktionsbetrieb, es gibt keine Materialwirtschaft |
| 103-2 | Managementansätze | Informationen zu den Managementansätzen sind bei den Verweisen der einzelnen Indikatoren ersichtlich |
| 103-3 | Prüfung der Managementansätze | Informationen zur Prüfung der Managementansätze sind bei den Verweisen der einzelnen Indikatoren ersichtlich |

## ERMITTELTE WESENTLICHE ASPEKTE – SPEZIFISCHE STANDARDANGABEN

| GRI-Code | Inhalt | Verweis / Anmerkungen |
|---|---|---|
| | **Wirtschaft** | |
| 201-1 | Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert | S. 14–15 |
| 203-2 | Art und Umfang indirekter wirtschaftlicher Auswirkungen | S. 4–5, 8–9, 10–11 |
| 204-1 | Anteil der Ausgaben für lokale Lieferpartner | S. 18, 21 |
| | **Gesellschaft** | |
| 205-2 | Anti-Korruption | S. 19 |
| | **Umwelt und Beschaffung** | |
| 302-1 | Energieverbrauch innerhalb der Organisation | S. 16–17 |
| 302-4 | Verringerung des Energieverbrauchs | S. 16–17 |
| 305-1 | Direkte Treibhausgasemissionen | S. 16 – 17 (Scope 1) |
| 305-2 | Indirekte energiebezogene Treibhausgasemissionen | S. 16–17 |
| 305-5 | Reduzierung der Treibhausgasemissionen | S. 16–17 |
| 306-2 | Abfallmenge insgesamt nach Art und Entsorgung | S. 16–17 |
| 308-1 | Neue Lieferpartner, die nach Umweltkriterien geprüft werden | S. 16–17; Hinweis: Bei der HOGAST werden keine gefährlichen Abfälle produziert, eine Trennung nach gefährlichen und nicht gefährlichen Abfällen fällt daher weg. |
| 414-1 | Anteil neuer Lieferpartner, die nach sozialen und Menschenrechts-Kriterien geprüft werden | S. 18–19, 20–21 |
| 414-2 | Negative Auswirkungen auf die Gesellschaft in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen | S. 18–19, 20–21 |
| | **Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung** | |
| 401-1 | Neueinstellungen und Fluktuation | S. 23 |
| 401-2 | Betriebliche Leistungen (für Vollzeitbeschäftigte) | S. 23 |
| 403-2 | Ausfalltage/Krankenstände | S. 23 |
| 403-4 | Einbindung von Sicherheit und Gesundheit in Tarifverträgen | in Österreich gesetzlich geregelt |
| 404-1 | Anzahl der Trainingsstunden | S. 23 |
| 404-2 | Programme für Kompetenzmanagement und lebenslanges Lernen | S. 23 |
| 404-3 | Feedback an Mitarbeiter bzgl. ihrer Leistung und Karriereentwicklung | S. 22 |
| 405-1 | Vielfalt in Leitungsorganen und bei den Angestellten | S. 23 |
| 405-2 | Gehalts- und Vergütungsverhältnis zwischen Frauen und Männern | S. 23 |
| | **Umwelt und Beschaffung** | |
| 406-1 | Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Maßnahmen | S. 22–23; es gab keine Diskriminierungsvorfälle |
| | **Beschwerdemanagement und Produktverantwortung** | |
| 417-1 | Art der Informationen zu Produkten und Dienstleistungen und Anteil der Produkte, die davon betroffen sind | S. 21 |
| 418-1 | Beschwerden in Bezug auf Verletzung des Schutzes von Kundendaten | S. 19; es gab keine Beschwerden |

HOGAST
Mein Plus

**BEI FRAGEN ZU DIESEM GESCHÄFTSBERICHT WENDEN SIE SICH BITTE AN:**

**Mag. (FH) Dietmar Winkler, MAS**
Bereichsleiter
Marketing/Kommunikation

T: +43 (0)6246 8963 451
F: +43 (0)6246 8963 9451

dietmar.winkler@hogast.at
www.hogast.at

**HOGAST Einkaufsgenossenschaft f. d.**
Hotel- und Gastgewerbe reg. Gen.m.b.H.
Sonystraße 4, A-5081 Anif

Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards (Option Kern) erstellt.

Der Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht wird nur in digitaler Form aufgelegt. Zur Ressourcenschonung verzichten wir auf eine Printversion sowie den postalischen Versand.

Im Sinne der flüssigen Lesbarkeit können wir die weibliche Formulierung nicht immer hinzufügen. Es werden aber überall gleichermaßen Männer wie Frauen angesprochen.

Bildnachweis © iStock (S.1, 3, 8, 10, 12, 16, 24)